

**PENGARUH TERPAAN SALES KIT TERHADAP
BRAND AWARENESS, KETERTARIKAN DAN
MINAT MENGGUNAKAN KEMBALI PRODUK**

**(Studi Eksplanatif Pengaruh Tingkat Terpaan *Sales Kit* Lorin Solo
Hotel di Bulan Juli – September 2013 terhadap Tingkat *Brand
Awareness*, Tingkat Ketertarikan dan Tingkat Minat Menggunakan
Kembali Produk di Kalangan Perusahaan di Surakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh

STEFANA SURYANI GINTING

10 09 03974

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH TERPAAN *SALES KIT* TERHADAP
BRAND AWARENESS, KETERTARIKAN DAN
MINAT MENGGUNAKAN KEMBALI PRODUK**

**(Studi Eksplanatif Pengaruh Tingkat Terpaan *Sales Kit* Lorin Solo
Hotel di Bulan Juli – September 2013 terhadap Tingkat *Brand
Awareness*, Tingkat Ketertarikan dan Tingkat Minat Menggunakan
Kembali Produk di Kalangan Perusahaan di Surakarta)**

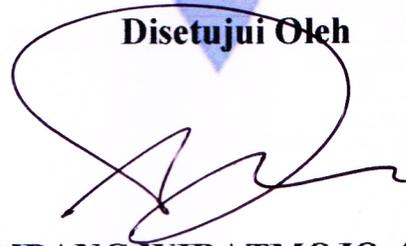
**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.I.Kom)**

Disusun Oleh

STEFANA SURYANI GINTING

10 09 03974

Disetujui Oleh



Y. BAMBANG WIRATMOJO, S.Sos., MA.

PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan *Sales Kit* Terhadap *Brand Awareness*, Ketertarikan dan Minat Menggunakan Kembali Produk (Studi Eksplanatif Pengaruh Tingkat Terpaan *Sales Kit* Lorin Solo Hotel di Bulan Juli – September 2013 terhadap Tingkat *Brand Awareness*, Tingkat Ketertarikan dan Tingkat Minat Menggunakan Kembali Produk di Kalangan Perusahaan di Surakarta)

Penyusun : Stefana Suryani Ginting

NIM : 10 09 03974

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada sidang ujian skripsi dihadapan dosen penguji yang diselenggarakan pada :

Hari/tanggal : 22 Agustus 2014

Pukul : 09.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran II Lantai 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

F. Anita Herawati, SIP., M.Si.
(Penguji Utama)

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA.
(Penguji I)

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos., M.Si.
(Penguji II)



FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Stefana Suryani Ginting
NIM : 10 09 03974
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : Pengaruh Terpaan *Sales Kit* Terhadap *Brand Awareness*,
Ketertarikan, dan Minat Menggunakan Kembali Produk
(Studi Eksplanatif Pengaruh Tingkat Terpaan *Sales Kit*
Lorin Solo Hotel di Bulan Juli – September 2013 Terhadap
Tingkat *Brand Awareness*, Tingkat Ketertarikan, dan
Tingkat Minat Menggunakan Kembali Produk di Kalangan
Perusahaan di Surakarta)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak ada tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 8 Agustus 2014

Saya yang menyatakan



Suryani Ginting

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan berkat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan tanggung jawab untuk menyelesaikan karya tulis tugas akhir (skripsi) dengan judul "Pengaruh Terpaan *Sales Kit* Terhadap *Brand Awareness*, Ketertarikan dan Minat Menggunakan Kembali Produk (Studi Eksplanatif Pengaruh Tingkat Terpaan *Sales Kit* Lorin Solo Hotel di Bulan Juli – September 2013 terhadap Tingkat *Brand Awareness*, Tingkat Ketertarikan dan Tingkat Minat Menggunakan Kembali Produk di Kalangan Perusahaan di Surakarta)"

Penulis, di dalam penyusunan karya tulis tugas akhir (skripsi) ini seringkali menghadapi kesulitan yang terkadang cukup menghambat untuk terselesaikannya penyusunan karya tulis tugas akhir (skripsi), namun berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya tulis tugas akhir (skripsi) ini, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ini menyampaikan ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah menyertai perjalanan saya hingga sejauh ini. Penyertaan-Mu sungguh sangat terasa di dalam kehidupan saya dan saya sangat bersyukur memiliki Allah seperti-Mu.
2. *My lovely mom and dad*, Rehnalemken Ginting dan Theresia Lina Sutadi yang telah memberikan dukungan dan doanya sepanjang waktu. Semoga Tuhan Yesus selalu menyertai kehidupan papa dan mama dengan segala berkat dan anugerah.

3. Kedua kakak perempuanku, Victoria Dian Ginting dan Magdalena Lestari Ginting yang bersedia mendengarkan keluh kesah saya dan membantu saya dalam berbagai aspek.
4. Kakak ipar dan kedua keponakan saya yang lucu, Iwan Juni Kurniawan beserta kedua anaknya Maximilliano Jaydon J Eucharistio dan Afra Valora Yorna Xio, para anggota keluarga baru yang membuat hari-hari keluarga saya semakin lengkap dan indah.
5. Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA selaku dosen pembimbing dari proses pembuatan proposal hingga penyusunan skripsi. Terima kasih atas waktu dan bimbingannya sehingga karya tulis tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. F. Anita Herawati, SIP., M.Si selaku dosen penguji. Terima kasih atas kesabarannya membimbing penulis dalam mengolah data menggunakan SPSS dan terimakasih pula untuk saran yang telah diberikan selama ujian.
7. Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji. Terima kasih atas waktu dan saran yang telah diberikan selama ujian.
8. Bapak Mudia Trianamadja selaku *General Manager* Lorin Solo Hotel yang lama dan Bapak *Purwanto* Yudhonagoro selaku *General Manager* Lorin Solo Hotel yang baru atas kesempatan yang diberikan kepada peneliti untuk melakukan penelitian tugas akhir di Lorin Solo Hotel.
9. Ibu Ani Maryanti, *Director of Sales* Lorin Solo Hotel yang telah membantu peneliti dalam pengambilan data di Lorin Solo Hotel

10. Mas Sasongko Guntur Winjoyo selaku *Graphic Designer* yang memberikan kelengkapan *sales kit* selama Bulan Juli-September 2013 pada penulis sebagai subyek penelitian.
11. Mas Danang Miarso selaku operator *e-commerce* yang telah membantu peneliti dalam pengambilan data *forecast* bagi kepentingan penelitian.
12. Ibu Luci selaku HRD Lorin Solo Hotel, Mbak Retha, Mbak Cici selaku *sales secretary*, serta Mbak Nova selaku *sales executive* yang membantu penulis dalam pelancaran birokrasi, pengambilan data pengunjung, dan informasi-informasi yang diberikan kepada peneliti selama penelitian ini berlangsung.
13. Teman-teman seperjuangan, Benedecta Salindri, Dia Prasetya Sari, Silviani Arimurti, dan Francisca Amalia yang telah banyak memotivasi dan mendukung selama proses pengerjaan dan sebelum pengerjaan.
14. Teman-teman Kos Puri Nugraha yang selalu membantu penulis melalui ide, motivasi, saran, dan nasehat-nasehatnya. Terimakasih banyak untuk setiap *moment-moment* bahagia yang kita jalani bersama setiap hari.
15. Jersy Pakan, *my mood booster*, terimakasih untuk semua doa, waktu, dan dukungan yang tidak habis-habisnya diberikan kepada peneliti selama proses penulisan karya tulis tugas akhir (skripsi) ini berlangsung.
16. Seluruh teman-teman khususnya FIAT TV 2012, teman-teman KKN 64 UAJY Unit B Banyumeneng I, dan teman-teman FISIP *Advertising* 2010, interaksi bersama kalian adalah pengalaman yang sangat berharga. Terima kasih atas segala dukungan dan kerjasama kalian.

17. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu namun telah membantu penulis selama penelitian hingga penyusunan karya tulis tugas akhir (skripsi) ini bisa terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mohon maaf atas segala kekurangan atau kesalahan yang ada dalam karya tulis tugas akhir (skripsi) ini. Akhir kata, semoga karya tulis ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang tertarik untuk membaca dan yang ingin memperoleh informasi terkait **Pengaruh Terpaan *Sales Kit* Terhadap *Brand Awareness*, Ketertarikan dan Minat Menggunakan Kembali Produk.**

Surakarta, Agustus 2014

Penulis

ABSTRAK

PENGARUH TERPAAN SALES KIT TERHADAP BRAND AWARENESS, KETERTARIKAN, DAN MINAT MENGGUNAKAN KEMBALI PRODUK

(Studi Eksplanatif Pengaruh Tingkat Terpaan *Sales Kit* Lorin Solo Hotel di Bulan Juli – September 2013 Terhadap Tingkat *Brand Awareness*, Tingkat Ketertarikan, dan Tingkat Minat Menggunakan Kembali Produk di Kalangan Perusahaan di Surakarta)

Lorin Solo Hotel merupakan perusahaan jasa penginapan dan MICE yang berada di Kota Surakarta. Menghadapi ketatnya persaingan, Lorin Solo Hotel diwajibkan untuk menerapkan strategi menjangkau pasar melalui aktivitas komunikasi pemasaran yang dirancang menjadi sarana promosi efektif, salah satunya yaitu melalui bauran promosi media periklanan melalui media *below the line* berupa *sales kit* yang digunakan sebagai bentuk visual dari penawaran produk.

Penelitian ini akan mengamati lebih lanjut mengenai media *below the line* berupa *sales kit* tersebut dan bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat terpaan *sales kit* Lorin Solo Hotel di Bulan Juli – September 2013 terhadap tingkat *brand awareness*, tingkat ketertarikan, dan tingkat minat menggunakan kembali produk di kalangan perusahaan di Surakarta.

Variabel dalam penelitian ini meliputi tingkat terpaan *sales kit* Lorin Solo Hotel, tingkat *brand awareness*, tingkat ketertarikan, dan tingkat minat menggunakan kembali produk. Teori yang dipakai dalam penelitian meliputi teori komunikasi pemasaran, periklanan, media lini bawah, konsep terpaan iklan, *brand awareness*, dan model AIDCA. Populasi yang diambil adalah perusahaan – perusahaan di Surakarta yang pernah menggunakan jasa Lorin Solo Hotel selama Bulan April – Juni 2013 dengan jumlah sampel sebanyak 51 perusahaan.

Teknik pengumpulan data menggunakan kusioner dan selanjutnya akan dianalisis menggunakan analisis regresi linier. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa hubungan yang terbentuk adalah semakin tinggi tingkat terpaan *sales kit*, maka tingkat *brand awareness* smeningkat, akibatnya semakin tinggi tingkat ketertarikan terhadap produk tersebut, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat minat konsumen untuk menggunakannya kembali.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka direkomendasikan agar Lorin Solo Hotel dapat memperdalam strategi-strategi yang digunakan khususnya media *sales kit* sehingga tidak hanya mampu menciptakan ketertarikan namun juga mampu membangkitkan minat konsumen untuk menggunakannya kembali

Kata kunci : Terpaan iklan *sales kit*, *brand awareness*, ketertarikan, minat menggunakan kembali

HALAMAN PERSEMBAHAN



...for You, my first love, Jesus Christ...

...for you, my angel, Theresia Lina Sutadi...

...for you, my guardian, Rehnalemken Ginting...

...and for you, my last love, Jersy Pakan...

DAFTAR ISI

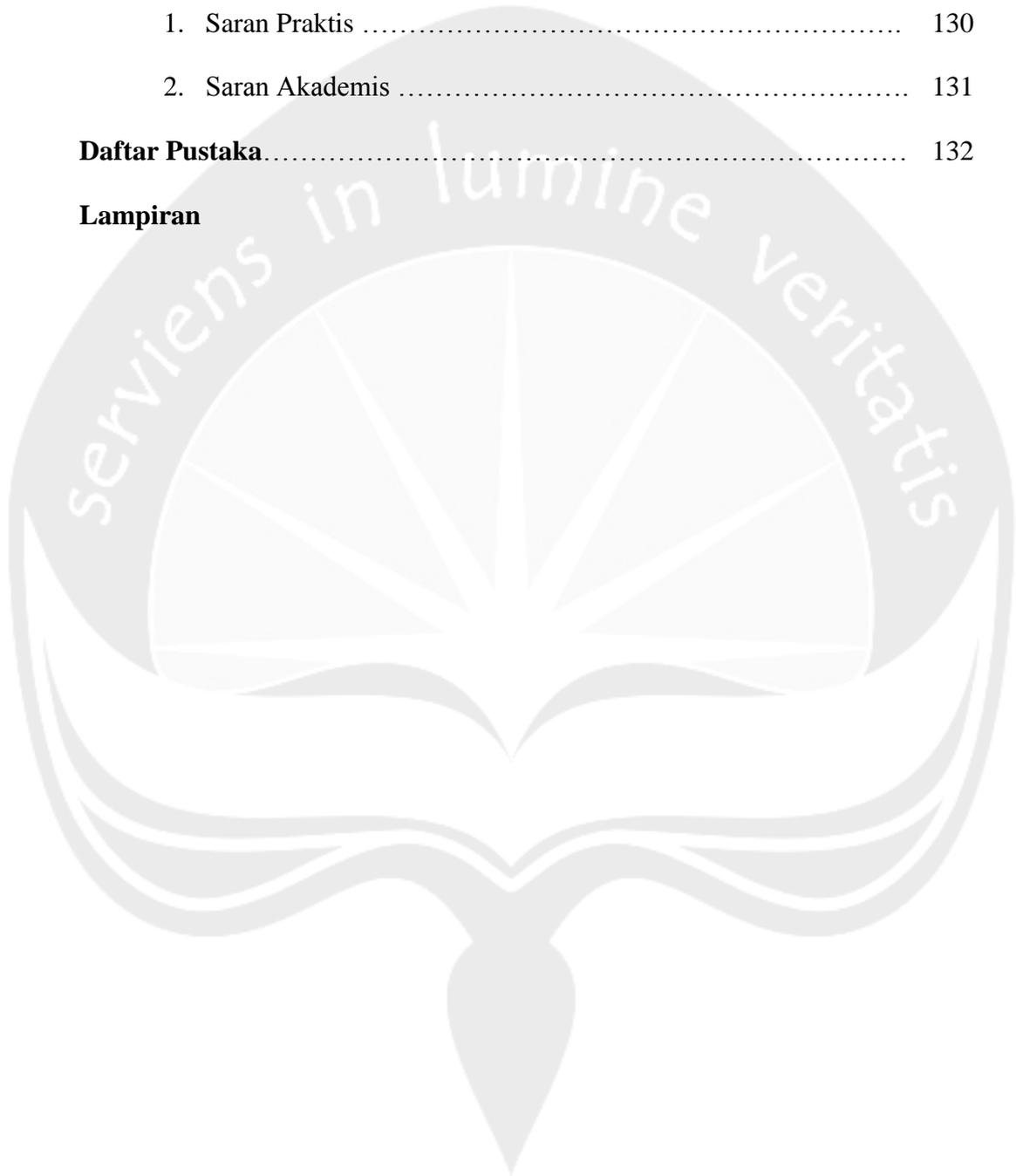
| | |
|-----------------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| ABSTRAK | ix |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | x |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR BAGAN..... | xv |
| DAFTAR TABEL | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xxi |
| BAB 1 Pendahuluan | |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 4 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 4 |
| D. Manfaat Penelitian | 4 |
| E. Kerangka Teori..... | 5 |
| 1. Komunikasi Pemasaran | 8 |
| 2. Periklanan | 12 |
| 3. Media Lini Bawah | 14 |

| | |
|--|-----|
| 4. Konsep Terpaan Iklan | 17 |
| 5. <i>Brand Awareness</i> | 18 |
| 6. Model AIDCA | 22 |
| F. Kerangka Konsep | 26 |
| G. Hipotesis | 28 |
| H. Defenisi Operasional | 30 |
| I. Metodologi Penelitian | 39 |
| 1. Metode Penelitian | 39 |
| 2. Jenis Penelitian | 40 |
| 3. Lokasi Penelitian | 40 |
| 4. Populasi dan Sampel | 40 |
| 5. Teknik Pengumpulan Data | 42 |
| 6. Validitas dan Reliabilitas | 43 |
| 7. Metode Pengukuran Data | 46 |
| 8. Metode Analisis Data | 47 |
| BAB II Gambaran Umum Obyek Penelitian | |
| A. Sejarah Lorin Solo Hotel..... | 49 |
| B. Struktur dan Manajemen Perusahaan..... | 53 |
| C. Fasilitas Perusahaan untuk Tamu..... | 61 |
| D. Deskripsi Iklan <i>Sales Kit</i> Lorin Solo Hotel | 68 |
| BAB III Analisis dan Pembahasan | |
| A. Hasil Temuan Penelitian | 74 |
| B. Pembahasan | 119 |

BAB IV Penutup

| | |
|-----------------------------|-----|
| A. Kesimpulan | 129 |
| B. Saran | 130 |
| 1. Saran Praktis | 130 |
| 2. Saran Akademis | 131 |
| Daftar Pustaka | 132 |

Lampiran



DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-----------|---|----|
| Gambar 1 | Piramida Brand Awareness | 19 |
| Gambar 2 | Logo Lorin Solo Hotel | 53 |
| Gambar 3 | Brosur Lorin News Juli – Agustus 2013 | 69 |
| Gambar 4 | <i>Leaflet</i> Kampoeng Ikan Restaurant Juli – Agustus 2013 | 70 |
| Gambar 5 | <i>Leaflet</i> Sasono Bujono Restaurant Juli – Agustus 2013 | 71 |
| Gambar 6 | <i>Leaflet</i> Lorin Coffee Lounge Juli – Agustus 2013 | 71 |
| Gambar 7 | <i>Leaflet</i> Ramadhan Package | 72 |
| Gambar 8 | <i>Leaflet</i> Fullboard Package | 72 |
| Gambar 9 | <i>Leaflet</i> Table Manner Package | 73 |
| Gambar 10 | <i>Leaflet</i> Fullboard Meeting Package | 73 |

DAFTAR BAGAN

| | | |
|---------|---|-----|
| Bagan 1 | Bagan Skema Hubungan Antar Variabel | 39 |
| Bagan 2 | Bagan Struktur Organisasi Lorin Solo Hotel | 54 |
| Bagan 3 | Bagan struktur organisasi <i>Sales dan PR Departement</i> | 55 |
| Bagan 4 | Skema Hubungan Antar Variabel Tipe 1 | 96 |
| Bagan 5 | Skema Hubungan Antar Variabel Tipe 2 | 96 |
| Bagan 6 | Hasil Uji Pengaruh Hubungan Antar Variabel Tipe 1..... | 107 |
| Bagan 7 | Hasil Uji Pengaruh Hubungan Antar Variabel Tipe 2 | 118 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|----------|--|----|
| Tabel 1 | Tabel Definisi Operasional Variabel | 37 |
| Tabel 2 | Tabel Hasil Uji Validitas | 75 |
| Tabel 3 | Tabel Hasil Uji Reliabilitas | 76 |
| Tabel 4 | Tabel Hasil Uji Skalabilitas | 77 |
| Tabel 5 | Tabel Hasil Uji Reprodusibilitas | 77 |
| Tabel 6 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat <i>Brand Awareness</i> : Merek hotel di Kota Solo yang pertama kali muncul di pikiran | 78 |
| Tabel 7 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat <i>Brand Awareness</i> : Merek hotel lain selain merek di atas | 79 |
| Tabel 8 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat <i>Brand Awareness</i> : Mengenal nama hotel di Kota Solo yaitu Lorin Solo Hotel | 80 |
| Tabel 9 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat <i>Brand Awareness</i> : Jasa - jasa Lorin Solo Hotel yang diketahui | 81 |
| Tabel 10 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat <i>Brand Awareness</i> : Media promosi periklanan Lorin Solo Hotel yang diketahui | 82 |
| Tabel 11 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat <i>Brand Awareness</i> : Mengetahui <i>tagline</i> Lorin Solo Hotel | 82 |
| Tabel 12 | Gambaran Tingkat <i>Brand Awareness</i> | 83 |

| | | |
|----------|--|----|
| Tabel 13 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat Terpaan <i>Sales Kit</i> : Pernah membaca <i>sales kit</i> | 83 |
| Tabel 14 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat Terpaan <i>Sales Kit</i> : Membaca brosur dan leaflet (<i>sales kit</i>) Lorin Solo Hotel > 3 menit | 84 |
| Tabel 15 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat Terpaan <i>Sales Kit</i> : Membaca <i>sales kit</i> Lorin Solo Hotel sampai selesai | 84 |
| Tabel 16 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat Terpaan <i>Sales Kit</i> : Membaca <i>sales kit</i> Lorin Solo Hotel tanpa membaca <i>sales kit</i> dari perusahaan jasa sejenis secara bersamaan | 85 |
| Tabel 17 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat Terpaan <i>Sales Kit</i> : Menghentikan aktivitas lain ketika membaca <i>sales kit</i> Lorin Solo Hotel | 85 |
| Tabel 18 | Gambaran tingkat terpaan <i>sales kit</i> | 86 |
| Tabel 19 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat Ketertarikan : Ketertarikan pada fasilitas MICE dan penginapan Lorin Solo Hotel | 87 |
| Tabel 20 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat Ketertarikan : Ketertarikan pada varian produk MICE dan penginapan Lorin Solo Hotel yang dikemas apik dalam berbagai promo | 87 |
| Tabel 21 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat Ketertarikan : Ketertarikan menggunakan produk Lorin Solo Hotel sebagai satu-satunya hotel berbintang lima berkonsep resort di Kota Solo | 88 |

| | | |
|----------|--|----|
| Tabel 22 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat Ketertarikan : Ketertarikan mencoba produk karena tarifnya terjangkau sesuai dengan standar hotel berbintang lima di Kota Solo | 89 |
| Tabel 23 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat Ketertarikan : Ketertarikan menyelenggarakan agenda kegiatan | 89 |
| Tabel 24 | Gambaran tingkat ketertarikan | 90 |
| Tabel 25 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat Minat Menggunakan Kembali : Lorin Solo Hotel mampu memenuhi kebutuhan konsumen akan penginapan dan MICE | 91 |
| Tabel 26 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat Minat Menggunakan Kembali : Lorin Solo Hotel mengemas berbagai promo produk MICE dan penginapan dengan menarik | 92 |
| Tabel 27 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat Minat Menggunakan Kembali : Mengikuti perkembangan tarif produk MICE dan penginapan dari Lorin Solo Hotel | 92 |
| Tabel 28 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat Minat Menggunakan Kembali : Promosi Lorin Solo Hotel membuat responden mencari informasi lebih mengenai produk Lorin Solo Hotel | 93 |
| Tabel 29 | Tabel Frekuensi Variabel Tingkat Minat Menggunakan Kembali : Menjadikan Lorin Solo Hotel sebagai pilihan untuk menyelenggarakan agenda kegiatan berikutnya | 94 |
| Tabel 30 | Gambaran tingkat minat menggunakan kembali | 95 |

| | | |
|----------|--|-----|
| Tabel 31 | <i>Model Summary</i> Uji Pengaruh Tingkat Terpaan <i>Sales Kit</i> terhadap Tingkat <i>Brand Awareness</i> | 97 |
| Tabel 32 | ANOVA Uji Pengaruh Tingkat Terpaan <i>Sales Kit</i> terhadap Tingkat <i>Brand Awareness</i> | 98 |
| Tabel 33 | <i>Coefficients</i> Uji Pengaruh Tingkat Terpaan <i>Sales Kit</i> terhadap Tingkat <i>Brand Awareness</i> | 99 |
| Tabel 34 | <i>Model Summary</i> Uji Pengaruh Tingkat <i>Brand Awareness</i> terhadap Tingkat Ketertarikan | 101 |
| Tabel 35 | ANOVA Uji Pengaruh Tingkat <i>Brand Awareness</i> terhadap Tingkat Ketertarikan | 102 |
| Tabel 36 | <i>Coefficients</i> Uji Pengaruh Tingkat <i>Brand Awareness</i> terhadap Tingkat Ketertarikan | 102 |
| Tabel 37 | <i>Model Summary</i> Uji Pengaruh Tingkat Terpaan <i>Sales Kit</i> terhadap Tingkat Ketertarikan | 104 |
| Tabel 38 | ANOVA Uji Pengaruh Tingkat Terpaan <i>Sales Kit</i> terhadap Tingkat Ketertarikan | 105 |
| Tabel 39 | <i>Coefficients</i> Uji Pengaruh Tingkat Terpaan <i>Sales Kit</i> terhadap Tingkat Ketertarikan | 106 |
| Tabel 40 | <i>Model Summary</i> Uji Pengaruh Tingkat Terpaan <i>Sales Kit</i> terhadap Tingkat <i>Brand Awareness</i> | 108 |
| Tabel 41 | ANOVA Uji Pengaruh Tingkat Terpaan <i>Sales Kit</i> terhadap Tingkat <i>Brand Awareness</i> | 109 |

| | | |
|----------|---|-----|
| Tabel 42 | <i>Coefficients</i> Uji Pengaruh Tingkat Terpaan <i>Sales Kit</i> terhadap Tingkat <i>Brand Awareness</i> | 110 |
| Tabel 43 | <i>Model Summary</i> Uji Pengaruh Tingkat <i>Brand Awareness</i> terhadap Tingkat Minat Menggunakan Kembali | 111 |
| Tabel 44 | ANOVA Uji Pengaruh Tingkat <i>Brand Awareness</i> terhadap Tingkat Minat Menggunakan Kembali | 112 |
| Tabel 45 | <i>Coefficients</i> Uji Pengaruh Tingkat <i>Brand Awareness</i> terhadap Tingkat Minat Menggunakan Kembali | 113 |
| Tabel 46 | <i>Model Summary</i> Uji Pengaruh Tingkat Terpaan <i>Sales Kit</i> terhadap Tingkat Minat Menggunakan Kembali | 115 |
| Tabel 47 | ANOVA Uji Pengaruh Tingkat Terpaan <i>Sales Kit</i> terhadap Tingkat Minat Menggunakan Kembali | 116 |
| Tabel 48 | <i>Coefficients</i> Uji Pengaruh Tingkat Terpaan <i>Sales Kit</i> terhadap Tingkat Minat Menggunakan Kembali | 117 |

LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 3 Tabel Distribusi Frekuensi
- Lampiran 4 Uji Hipotesis
- Lampiran 5 Data Responden
- Lampiran 6 Monthly Forecast
- Lampiran 7 Daftar pengunjung Lorin Solo Hotel April – Juni 2013

